

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen berupa kuesioner skala Likert. Penilaian dilakukan terhadap dua variabel dependen, yakni gaya hidup dan kepribadian Gen Z, dengan variabel independen berupa vlog dakwah Dhini Aminarti. Populasi penelitian adalah pengguna YouTube dari kalangan Gen Z yang menonton vlog dakwah Dhini Aminarti. Sampel ditentukan secara purposive dan dianalisis menggunakan SPSS versi 25.

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menyajikan dan menggambarkan data penelitian dalam bentuk yang sederhana dan mudah dipahami. Melalui statistik ini, peneliti dapat melihat gambaran umum dari data, seperti nilai rata-rata (mean), nilai tertinggi dan terendah, serta sebaran data (standar deviasi). Tujuan dari statistik deskriptif bukan untuk menarik kesimpulan atau menguji hipotesis, tetapi untuk memberikan ringkasan informasi dari data yang telah dikumpulkan.

Tabel 4. 1 Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X (Vlog Dakwah)	60	23,00	38,00	33,3000	3,32071
Y1 (Gaya Hidup)	60	30,00	57,00	47,7667	5,52150
Y2 (Kepribadian)	60	35,00	58,00	49,2500	5.21284

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 60 orang, dengan data yang lengkap dan tidak terdapat kekosongan pada seluruh variabel. Rentang skor yang diberikan responden menunjukkan variasi yang cukup jelas, di mana untuk variabel X (Vlog Dakwah) skor berkisar antara 23 hingga 38, variabel Y1 (Gaya Hidup) antara 30 hingga 57, dan variabel Y2 (Kepribadian) antara 35 hingga 58. Nilai rata-rata (mean) masing-masing variabel juga menunjukkan kecenderungan yang cukup tinggi, yaitu sebesar 33,30 untuk persepsi terhadap vlog dakwah, 47,77 untuk gaya hidup, dan 49,25 untuk aspek kepribadian. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki pandangan positif terhadap konten dakwah yang ditayangkan, serta menunjukkan adanya pengaruh terhadap

gaya hidup dan karakter mereka. Selain itu, nilai standar deviasi menunjukkan sebaran data yang relatif stabil, dengan variabel X memiliki simpangan baku sebesar 3,32, Y1 sebesar 5,52, dan Y2 sebesar 5,21, yang berarti bahwa jawaban responden tidak terlalu menyebar jauh dari rata-rata dan masih berada dalam batas yang wajar.

2. Deskripsi Data Responden

Data yang diperoleh berasal dari kuesioner yang dibagikan kepada responden yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini, seperti jenis kelamin dan Gen Z yang pernah atau sering menonton Vlog Dakwah Dhini Aminarti. Responden yang mengisi kuesioner sebanyak 60 responden yang memenuhi kriteria berpartisipasi dalam penelitian ini. Berikut adalah karakteristik responden berdasarkan data yang dikumpulkan:

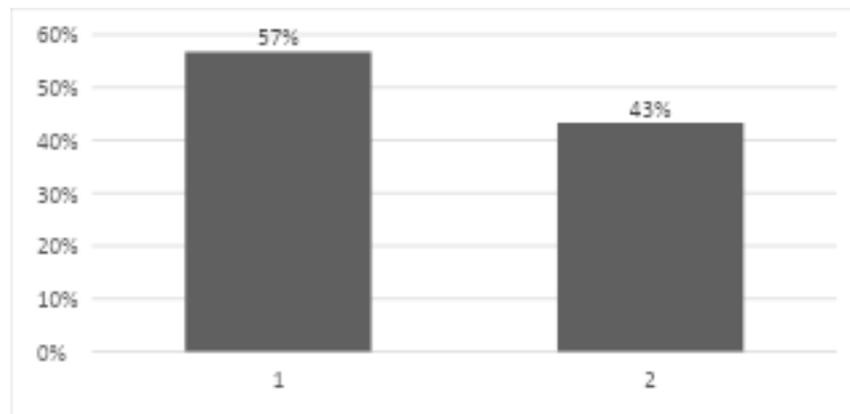
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Item	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	Laki- Laki	26	43%
2.	Perempuan	34	57%
	Total	60	100%

Dari data pada Tabel di atas, berdasarkan klasifikasi jenis kelamin diketahui bahwa bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari laki-laki sebanyak 14 orang, dan perempuan sebanyak 20 orang. Dengan demikian,

responden perempuan merupakan kelompok yang paling dominan dalam penelitian ini.

Gambar 4. 1 Diagram Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Gen Z



Berdasarkan data pada tabel, diketahui bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari 43% laki-laki dan 57% perempuan. Dengan demikian, responden perempuan memiliki persentase yang lebih besar dibandingkan dengan laki-laki dalam penelitian ini.

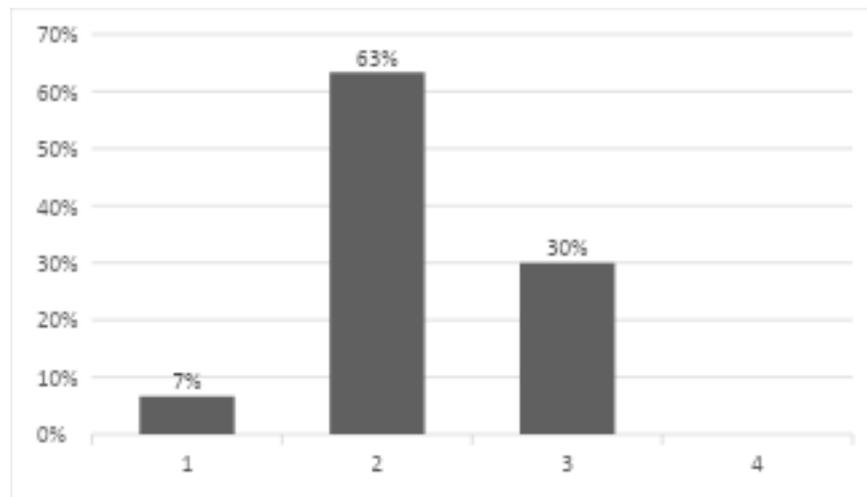
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Usia Gen Z

No	Keterangan	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	18 Tahun	4	7%
2.	19-22 Tahun	38	63%
3.	23-25 Tahun	18	30%
4	26-28 Tahun	-	-
	Total	60	100%

Berdasarkan data pada tabel klasifikasi usia Gen Z, diketahui bahwa responden terbanyak berada pada rentang usia 19–22 tahun dengan jumlah 38 orang. Selanjutnya, sebanyak 18 orang berada pada rentang usia 23–25 tahun, kemudian terdapat 4 orang yang berusia 18 tahun. Sementara itu, pada rentang usia 26–28 tahun, tidak terdapat responden yang mengisi kategori tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berasal dari kalangan usia remaja akhir hingga dewasa awal.

Gambar 4. 2 Diagram Persentase Responden Berdasarkan Usia Gen Z



Berdasarkan data pada tabel klasifikasi usia Gen Z, diketahui bahwa responden dengan persentase tertinggi berada pada rentang usia 19–22 tahun, yaitu sebesar 63%. Kemudian diikuti oleh responden berusia 23–25 tahun sebesar 30%, dan usia 18 tahun sebesar 7%. Sementara itu, pada rentang usia 26–28 tahun tidak terdapat responden, sehingga persentasenya 0%.

Dengan demikian, kelompok usia 19–22 tahun menjadi yang paling dominan dalam penelitian ini.

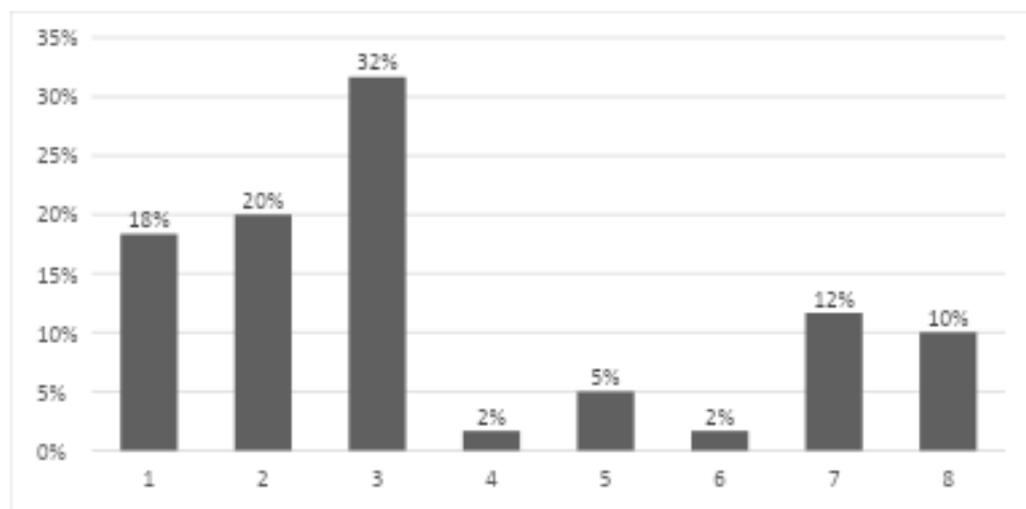
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Domisili

No	Kabupaten	Kecamatan/Kota	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	Kabupaten Tanah Laut	Bati-Bati	19	32%
		Tambang Ulang	7	12%
		Tanah Laut (Umum)	6	10%
		Subtotal	32	54%
2.	Kota Banjarbaru	Banjarbaru	11	18%
3.	Kota Banjarmasin	Banjarmasin	12	20%
4.	Kabupaten Kotabaru	Kotabaru	3	5%
5.	Kabupaten Barito Utara (Kalteng)	Muara Teweh	1	2%
6.	Provinsi Kalimantan Timur	Kalimantan Timur	1	2%
		Total	60	100%

Berdasarkan data domisili responden, sebagian besar berasal dari wilayah Kabupaten Tanah Laut. Dalam kabupaten ini, jumlah responden terbanyak berada di Kecamatan Bati-Bati dengan 19 orang, lalu disusul oleh Kecamatan Tambang Ulang sebanyak 7 orang, dan 6 orang lainnya berasal dari wilayah Tanah Laut secara umum. Selanjutnya, responden dari Kota Banjarmasin tercatat sebanyak 12 orang, sedangkan dari Kota Banjarbaru berjumlah 11 orang. Responden dari Kabupaten Kotabaru sebanyak 3 orang. Adapun responden yang berada di luar wilayah Kalimantan Selatan dengan jumlah responden paling sedikit adalah Muara Teweh di Kabupaten Barito Utara dan Kalimantan Timur, masing-masing hanya diwakili oleh 1 orang.

Secara keseluruhan, mayoritas responden dalam survei ini berasal dari wilayah Kalimantan Selatan., khususnya daerah-daerah yang memiliki akses lebih mudah terhadap media digital dan dakwah online, yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

Gambar 4. 3 Diagram Persentase Responden Berdasarkan Domisili



Berdasarkan hasil distribusi data dari 60 responden, diketahui bahwa mayoritas responden berdomisili di daerah Bati-Bati, yaitu sebesar 32% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa Bati-Bati merupakan wilayah dengan jumlah responden terbanyak dalam penelitian ini. Selanjutnya, responden yang berdomisili di Banjarmasin berjumlah 20%, disusul oleh Banjarbaru sebanyak 18%. Kedua kota ini merupakan wilayah perkotaan yang memiliki akses lebih besar terhadap informasi dan teknologi, sehingga wajar jika memiliki jumlah partisipasi yang tinggi.

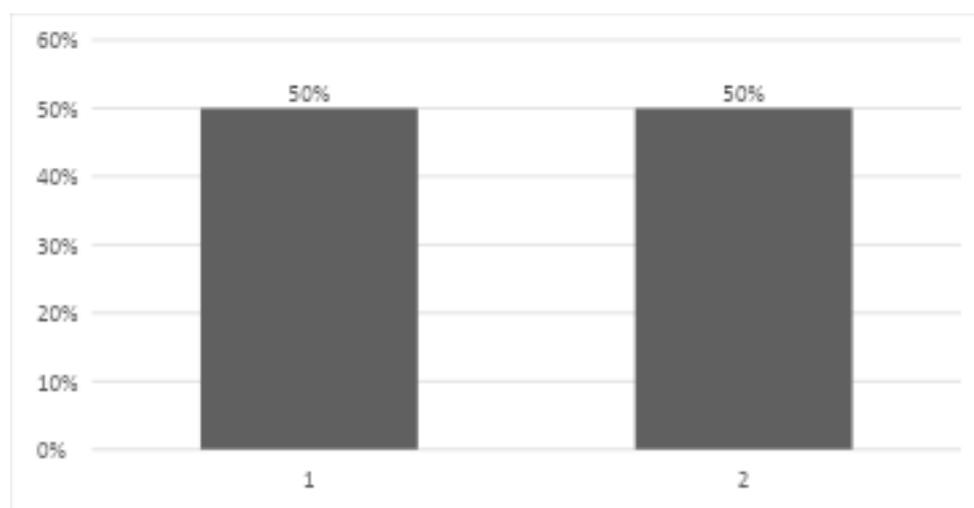
Selain itu, terdapat pula responden dari Tambang Ulang sebanyak 12%, Tanah Laut 10%, dan Kotabaru sebanyak 5%. Sedangkan dua wilayah dengan jumlah responden paling sedikit adalah Kalimantan Timur dan Muara Teweh, masing-masing hanya sebesar 2%. Berdasarkan dari informasi data yang didapat, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berasal dari wilayah Kalimantan Selatan, khususnya daerah-daerah yang memiliki akses lebih mudah terhadap media digital dan platform dakwah online, yang relevan dengan topik penelitian ini.

Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Durasi Menonton Vlog Dakwah

No	Item	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	< 1 Jam	30	50%
2.	1-2 Jam	30	50%
	Total	60	100%

Berdasarkan data, dari 60 responden, sebanyak 30 orang menonton konten dakwah digital kurang dari 1 jam per hari, dan 30 orang lainnya menonton selama 1–2 jam per hari. Ini menunjukkan bahwa kebiasaan responden dalam menonton dakwah digital terbagi rata antara yang menonton dalam waktu singkat dan yang menonton agak lebih lama.

Gambar 4. 4 Diagram Persentase Responden Berdasarkan Durasi Menonton Vlog Dakwah



Berdasarkan hasil persentase pada gambar tersebut, sebanyak 50% responden menonton konten dakwah digital kurang dari 1 jam per hari, dan 50% lainnya menonton selama 1–2 jam per hari. Ini menunjukkan bahwa kebiasaan menonton konten dakwah digital terbagi rata, tanpa ada kelompok yang lebih dominan dalam durasi menontonnya.

Berdasarkan dari tabel-tabel responden tersebut dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian berjumlah 60 orang dari kalangan Gen Z. Mayoritas berusia 19-22 tahun (63%), dan sebagian besar adalah perempuan (57%). Mayoritas responden yang menonton 50% responden menonton vlog

dakwah <1 jam per minggu, sisanya 1–2 jam per minggu, menunjukkan adanya keterlibatan aktif namun sedang dalam konten keagamaan digital.

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas dan Reliabilitas adalah untuk mengetahui bagaimana Vlog Dakwah Dhini Aminarti (X) berkaitan dengan Gaya Hidup Gen Z (Y1) dan mempengaruhi Kepribadian Gen Z (Y2), data penelitian ini diproses dengan uji statistik.

a. Uji Validitas

Uji Validitas menggunakan korelasi pearson terhadap 60 item pernyataan menunjukkan bahwa seluruh item valid dengan nilai $r > 0.3$ dan $p < 0.05$, Uji Validitas Instrumen dinyatakan valid apabila nilai r -hitung $>$ r -tabel

1) Hasil Uji Validitas Pengaruh Vlog Dakwah Dhini Aminarti (X)

Hasil Uji Validitas Pengaruh Vlog Dakwah Dhini Aminarti (X) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Instrumen-Validitas Variabel X

No Item	r Hitung	r Tabel 5%	Sig.	Kriteria
1	0,514	0,254	0,000	VALID
2	0,365	0,254	0,004	VALID
3	0,687	0,254	0,000	VALID
4	0,568	0,254	0,000	VALID

5	0,745	0,254	0,000	VALID
6	0,587	0,254	0,000	VALID
7	0,718	0,254	0,000	VALID
8	0,630	0,254	0,000	VALID

Uji Validitas Variabel X tersebut menunjukkan bahwa item memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,254) dan signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga instrumen penelitian Variabel X dinyatakan Valid

2) Hasil Uji Validitas Gaya Hidup Gen Z (Y1)

Tabel berikut menampilkan hasil validitas untuk indikator Gaya Hidup Gen Z (Y1).

Tabel 4. 7 Hasil Uji Instrumen-Validitas Variabel Y1

No Item	r Hitung	r Tabel 5%	Sig.	Kriteria
1	0,689	0,254	0,000	VALID
2	0,728	0,254	0,000	VALID
3	0,519	0,254	0,000	VALID
4	0,659	0,254	0,000	VALID
5	0,673	0,254	0,000	VALID
6	0,595	0,254	0,000	VALID
7	0,718	0,254	0,000	VALID
8	0,681	0,254	0,000	VALID
9	0,517	0,254	0,000	VALID

10	0,647	0,254	0,000	VALID
11	0,588	0,254	0,000	VALID
12	0,632	0,254	0,000	VALID

Uji Validitas Variabel Y1 tersebut menunjukkan bahwa item memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,254) dan signifikan (0,000) yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga instrumen penelitian Variabel Y1 dianggap Valid

3) Hasil Uji Validitas Kepribadian Gen Z (Y2)

Hasil Uji Validitas Kepribadian Gen Z (Y2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Instrumen-Validitas Variabel Y2

No Item	r Hitung	r Tabel 5%	Sig.	Kriteria
1	0,597	0,254	0,000	VALID
2	0,453	0,254	0,000	VALID
3	0,570	0,254	0,000	VALID
4	0,679	0,254	0,000	VALID
5	0,415	0,254	0,000	VALID
6	0,610	0,254	0,000	VALID
7	0,706	0,254	0,000	VALID
8	0,598	0,254	0,000	VALID
9	0,523	0,254	0,000	VALID

10	0,607	0,254	0,000	VALID
11	0,612	0,254	0,000	VALID
12	0,705	0,254	0,000	VALID

Uji Validitas Variabel Y2 tersebut menunjukkan bahwa item memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,254) dan signifikan (0,000) yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga instrumen penelitian Variabel Y2 dinyatakan Valid

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 9 Tabel Hasil Uji Instrumen-Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Reliabel	Kriteria
X	0,758	0,60	Reliabel
Y1	0,862	0,60	Reliabel
Y2	0,830	0,60	Reliabel

Dari ketiga hasil Uji Reliabilitas tersebut dapat diketahui bahwa ketiga variabel menunjukkan nilai alpha > 0,7, sehingga instrumen dinyatakan reliabel

4. Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah serangkaian pengujian statistik yang dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam model regresi linear memenuhi syarat-syarat dasar (asumsi klasik), dengan terpenuhinya asumsi

ini, hasil analisis dapat dianggap valid, tidak bias, dan dapat dipercaya (reliabel). Oleh karena itu, sebelum melakukan analisis regresi linear sederhana, uji asumsi klasik ini wajib dilakukan untuk memverifikasi kesesuaian data dengan syarat statistik regresi. Uji ini meliputi:

- a. Uji Normalitas, Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, di mana data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$. Apabila syarat ini terpenuhi, maka data dianggap layak untuk dianalisis menggunakan regresi linier.

Tabel 4. 10 Tabel Asumsi Klasik-Uji Normalitas

Variabel	Asymp. Sig	Nilai Normalitas	Kriteria
X Ke Y1	0,200	0,05	Normal
X Ke Y2	0,200	0,05	Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, diketahui bahwa nilai signifikansi residual dari regresi X terhadap Y1 dan X terhadap Y2 adalah 0,200. Karena angka ini lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual dari kedua model menyebar secara normal. Artinya, syarat normalitas dalam analisis regresi sudah terpenuhi. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan sudah sesuai dan bisa dianalisis lebih lanjut.

- b. Uji Multikolinearitas, Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk mengidentifikasi keberadaan korelasi yang sangat kuat antar variabel

independen dalam suatu model regresi. Fenomena multikolinearitas ini dapat mengakibatkan bias pada hasil analisis regresi, sehingga interpretasi menjadi tidak akurat. Untuk menganalisisnya, penelitian ini menggunakan dua indikator utama: Nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

Tabel 4. 11 Asumsi Klasik-Uji Multikolinearitas Pada $X \rightarrow Y1$ Dan $X \rightarrow Y2$

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
X-Y1	1,000	1,000
X-Y2	1,000	1,000

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, nilai Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor) untuk hubungan antara variabel X dengan Y1 dan Y2 masing-masing sebesar 1,000. Karena nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas dalam model regresi. Dengan kata lain, variabel-variabel yang digunakan tidak saling mempengaruhi secara berlebihan, sehingga model ini layak untuk dianalisis lebih lanjut.

- c. Heteroskedastisitas, Uji Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan kata lain, varians residual bersifat homogen (tetap), dan memenuhi syarat klasik regresi.

Tabel 4. 12 Asumsi Klasik-Uji Heteroskedastisitas Pada $X \rightarrow Y1$ Dan $X \rightarrow Y2$

Model Regresi	Variabel Independen (X)	Sig. (Glejser)	Keterangan
$X \rightarrow Y1$	X	0,219	Tidak terjadi heteroskedastisitas
$X \rightarrow Y2$	X	0,181	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Nilai signifikansi (Sig.) pada kedua model regresi di atas adalah sebesar 0, 219 dan 0,181, yang mana lebih besar dari batas signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, dan model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

- d. Uji Linieritas, Uji linieritas umumnya menggunakan analisis varians (ANOVA) dan dilihat dari nilai signifikansi (Sig.). Jika nilai $\text{Sig.} > 0,05$, maka hubungan antar variabel dianggap linier, sedangkan jika $\text{Sig.} < 0,05$ maka hubungan tersebut tidak linier.

Tabel 4. 13 Asumsi Klasik-Uji Linieritas Pada $X \rightarrow Y1$ Dan $X \rightarrow Y2$

Variabel	<i>Sig. Deviation from Linearity</i>	Linearity	Keterangan
X-Y1	0,162	0,000	Linier dan Signifikan
X-Y2	0,300	0,000	Linier dan Signifikan

Hasil uji linearitas antara Vlog Dakwah dengan Gaya Hidup Gen Z menunjukkan nilai signifikansi Deviation from Linearity sebesar 0,162 ($p > 0,05$), dan untuk Kepribadian Gen Z sebesar 0,300 ($p > 0,05$). Karena kedua nilai lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel X dan Y1 maupun X dan Y2 bersifat linier.

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik, dapat disimpulkan bahwa data yang dikumpulkan dalam penelitian ini sudah memenuhi semua persyaratan untuk analisis memakai metode regresi linier sederhana. Uji normalitas menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal, uji multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak ditemukan korelasi tinggi antar variabel independen, dan uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak ada gejala ketidaksamaan varians (homoskedastisitas).

Sehingga, data penelitian ini dinilai cukup valid dan layak untuk dilakukan analisis menggunakan regresi linier sederhana karena telah memenuhi semua asumsi klasik.

6. Hasil Uji Hipotesis dengan Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y1 dan Y2, baik secara simultan (Uji F), parsial (Uji t), maupun seberapa besar kontribusi variabel X dalam menjelaskan variasi Y (Koefisien Determinasi). Berikut adalah hasil uji regresi linier sederhana:

1) Uji T (Parsial)

Dalam proses pengujian, hasil akan dibandingkan dengan nilai signifikansi. Jika nilai Sig. (p-value) $< 0,05$, maka variabel tersebut dianggap berpengaruh secara signifikan. Sebaliknya, jika nilai Sig. $\geq 0,05$, maka tidak ada pengaruh yang signifikan. Uji t sangat berguna untuk mengetahui apakah variabel yang diteliti benar-benar memiliki kontribusi terhadap hasil akhir atau tidak.

Tabel 4. 14 Uji Analisis Regresi Sederhana-Uji T Pada $X \rightarrow Y1$ Dan $X \rightarrow Y2$

Model	Variabel	B	Std.	t	Sig.	Keterangan
Regresi	Independen		Error	Hitung		

X → Y1	X	1,093	0,165	6,645	0,000	Berpengaruh signifikan terhadap Y1
X → Y2	X	0,929	0,166	5,593	0,000	Berpengaruh signifikan terhadap Y2

2) Uji F

Uji ini menunjukkan apakah model regresi yang dibangun layak untuk digunakan dalam analisis. Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, Jadi, model regresi ini signifikan, mengindikasikan adanya pengaruh gabungan dari semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka model dianggap tidak signifikan. Uji F sangat penting untuk memastikan bahwa kombinasi variabel bebas dalam model memang mampu menjelaskan variasi dalam variabel terikat.

Tabel 4. 15 Uji Analisis Regresi Sederhana-Uji F Pada $X \rightarrow Y1$ Dan $X \rightarrow Y2$

Model Regresi	F Hitung	Sig.	Keterangan
$X \rightarrow Y1$	44,152	0,000	Model signifikan (layak digunakan)

$X \rightarrow Y2$	31,276	0,000	Model signifikan (layak digunakan)
--------------------	--------	-------	--

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam suatu model regresi. Nilai R^2 berada antara 0 hingga 1. Semakin mendekati 1, berarti kemampuan model dalam menjelaskan variasi data semakin tinggi.

Tabel 4. 16 Uji Analisis Regresi Sederhana-Uji Koefisien Determinasi (R^2) Pada $X \rightarrow Y1$ Dan $X \rightarrow Y2$

Model Regresi	R	R Square	Adjusted R Square	Keterangan
$X \rightarrow Y1$	0,657	0,432	0,422	43,2% variasi Y1 dijelaskan oleh X
$X \rightarrow Y2$	0,592	0,350	0,339	35% variasi Y2 dijelaskan oleh X

B. Pembahasan

1. Pengaruh Vlog Dakwah Terhadap Gaya Hidup Gen Z

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel X (Vlog Dakwah Dhini Aminarti) berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup Gen Z. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan nilai t hitung sebesar 6,645. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,432 menunjukkan bahwa 43,2% perubahan gaya hidup Gen Z dijelaskan oleh pengaruh vlog dakwah, sedangkan sisanya 56,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Ini sejalan dengan teori Agenda Setting, yang menyatakan bahwa media memiliki kekuatan dalam membentuk prioritas dan persepsi masyarakat⁴⁴. Dalam konteks ini, vlog dakwah yang disampaikan oleh Dhini Aminarti melalui media sosial mampu menyampaikan nilai-nilai Islam dengan pendekatan yang modern dan komunikatif, sehingga dapat mempengaruhi gaya hidup Gen Z, seperti cara berpakaian, berbicara, dan bersikap di media sosial.

Hasil ini juga didukung oleh penelitian Selviana dkk., yang menyatakan bahwa konten dakwah di media sosial mampu meningkatkan kesadaran religius dan mempengaruhi cara hidup Gen Z. Konten yang disampaikan secara visual dan personal, seperti vlog, lebih mudah dicerna dan ditiru oleh generasi yang sangat akrab dengan media digital.⁴⁵ Dengan demikian, dapat disimpulkan

⁴⁴ Lynn Hecht Schafran dan Jillian Weinberger, “‘Impressive Progress alongside Persistent Problems’: Rape Law, Policy and Practice in the United States,” dalam *International Approaches to Rape*, (2011): 193–228, <https://doi.org/10.56687/9781847426222-011>.

⁴⁵ Selviana Oktaviani Oeva dkk., “Pengaruh Cyber Dakwah terhadap Peningkatan Kesadaran Religius di Era Gen Z,” *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi* 10, no. 1 (2023): 29–43.

bahwa vlog dakwah berperan sebagai media transformasi gaya hidup Gen Z ke arah yang lebih Islami dan positif.

2. Pengaruh Vlog Dakwah Terhadap Kepribadian Gen Z

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel X juga berpengaruh signifikan terhadap kepribadian Gen Z, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan nilai t hitung sebesar 5,593. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,350 mengindikasikan bahwa 35% perubahan pada kepribadian Gen Z dijelaskan oleh vlog dakwah, dan 65% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Meskipun demikian, pengaruh terhadap kepribadian cenderung bersifat permukaan, mengingat kepribadian merupakan aspek yang lebih stabil dan terbentuk dalam jangka panjang. Oleh karena itu, meskipun vlog dakwah berkontribusi dalam membentuk nilai dan kesadaran moral, dampaknya terhadap perubahan kepribadian masih bersifat terbatas.

Hal ini dapat dijelaskan melalui teori kepribadian, yang menyatakan bahwa kepribadian merupakan aspek internal yang lebih stabil, terbentuk dari pengalaman hidup, lingkungan, dan pendidikan, bukan hanya dari informasi sesaat⁴⁶. Dalam konteks ini, vlog dakwah memang mengandung pesan moral dan religius, namun pengaruhnya terhadap struktur kepribadian cenderung lemah jika tidak diiringi oleh proses pembentukan karakter yang lebih mendalam dan berkelanjutan. Maka dari itu, paparan terhadap vlog dakwah saja tidak cukup kuat untuk mengubah struktur kepribadian seseorang. Ini

⁴⁶ D. H. Martin, "Vision: A Psychological Interpretation," *The British Journal of Physiological Optics*, 1950.

diperkuat oleh penelitian Nur Indah Sari, yang menemukan bahwa konten dakwah digital dapat meningkatkan pemahaman keagamaan, tetapi tidak cukup kuat untuk membentuk kepribadian remaja tanpa dukungan dari lingkungan dan pembiasaan yang berulang.⁴⁷

Dengan demikian, vlog dakwah memiliki keterbatasan dalam mengubah kepribadian Gen Z, meskipun tetap berpotensi dalam membentuk kesadaran dan nilai awal keagamaan. Dari hasil analisis yang sudah dilakukan, diketahui bahwa hipotesis H1 yang menunjukkan adanya hubungan antara variabel-variabel penelitian dapat diterima. Ini dapat menunjukkan bahwa konten dakwah yang disajikan melalui media digital mampu membentuk pola hidup generasi muda, baik dalam aspek religiusitas, mengakses informasi, maupun aktivitas digital. Sementara itu, pengaruh vlog dakwah terhadap kepribadian Gen Z juga diterima. Hal ini menunjukkan bahwa konten dakwah yang disampaikan melalui media digital mampu memengaruhi cara Gen Z menjalani kehidupan sehari-hari, mulai dari cara berpikir, bersikap, hingga kebiasaan mereka yang mencerminkan nilai-nilai Islami.

Pengaruh terhadap gaya hidup terlihat lebih kuat, karena gaya hidup lebih mudah dipengaruhi oleh lingkungan dan media yang sering diakses. Sementara itu, pengaruh terhadap kepribadian juga ditemukan, namun tidak sebesar pengaruh terhadap gaya hidup. Hal ini karena kepribadian bersifat lebih stabil dan terbentuk dalam jangka panjang. Meski demikian, vlog dakwah tetap

⁴⁷ Nur Sari, Indah, "Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Akhlak Gen Z," 2023.

berkontribusi dalam membentuk kesadaran moral dan nilai keagamaan pada Gen Z.